

носителя знания (56 %). Аргументы, указывающие на способ получения знания, встречаются в журналистских текстах с той же частотой, что и в текстах ученых (25 %).

Таким образом, общая ценностная ориентация на объективность изложения присуща обеим категориям авторов, но авторы-ученые опираются при этом на собственное предметное знание, а журналисты чаще используют авторитетное мнение ученых.

Литература

Аврорин В. А. Проблемы изучения функциональной стороны языка (К вопросу о предмете социолингвистики). Л., 1975.

Ким И. Е., Силантьев И. В. Сфера общения и дискурс: терминологическая избыточность или сущностное различие? // Сибирский филологический журнал. 2017. № 4. С. 163–174.

Walton D., Reed C., Macagno F. Argumentation Schemes. Cambridge, 2008.

Кобыскан А. С.
Уфа, Россия

ОТРАЖЕНИЕ ЦЕННОСТНОЙ КАРТИНЫ МИРА СПОРТИВНОГО КОММЕНТАТОРА ЧЕРЕЗ ЯЗЫК ТЕЛЕВИЗИОННОГО РЕПОРТАЖА

Представители СМИ регулярно контактируют со многими сферами жизнедеятельности человека. Данное взаимодействие несёт преимущественно интердискурсивный характер, нежели профессиональный. Яркий пример – медийный дискурс автомобильного спорта. Часто используемый в его рамках жанр спортивного репортажа является преимущественно публицистическим, поэтому в нем ведущую роль играет образ автора. Суть данного жанра – освещение спортивного события, протекающего в определенный момент времени. В обязанности комментатора входит включение в текст иной, не связанной с игровым процессом информации. Если говорить об автоспортивных соревнованиях, то это может быть информация о контрактах пилотов, экономические вопросы, последние новости и др. Время, отводимое на данное повествование, определяется на основе личных предпочтений телекомментатора.

Вся информация, содержащаяся в текстах трансляций, может быть распределена по ряду тематических зон. К. В. Снятковым [2008: 319] были выделены следующие:

- правила соревнований;
- «действующие лица»;
- «история»;
- спортивные орудия, устройство площадки и другие аспекты «внешней» организации состязания.

С общелингвистической точки зрения данную классификацию справедливо дополнить и пересмотреть, выведя следующие виды компетенции комментатора:

- стратификационно-стилистические (знание терминологии, знание жаргона, использование окказиональных слов, штампов и экспрессизмов);
- ономастические (знание персоналий, знание названий организаций принимающих ту или иную форму участия в автоспортивном событии);
- дискурсивные (знание истории, событийной составляющей).

Степень освоенности тех или иных языковых элементов выражается в ценностных установках телекомментатора, определяющих выбор речевой стратегии, способы подачи этих элементов, частотность их употребления. Реализацию корпоративного подязыка автоспорта в рамках СМИ мы рассмотрим на примере текста репортажа А. Попова на Гран-При Монако 2006 г., где за 2 часа было использовано 200 единиц, относящихся как к тематическому полю «Формула-1», так и подязыку автоспорта в целом.

Самой большой группой являются термины (50 %). Это объясняется тем, что комментатор стремится к максимальной доступности текста. Жаргонная лексика в силу своей стилистической ограниченности употребляется значительно реже (13,5 %), но А. Попов переходит на неё в случаях, если обсуждаемая тема для него интересна. Малое число номенов (4 %) объясняется их изначально небольшим количеством; их употребление обусловлено перифразой (в случае с названием шасси болидов, заложенным в техническую документацию) или упоминанием событий, происходящих в других гоночных сериях. Штампы и экспрессивы регулярно используются в текстах репортажей «Формулы-1», поскольку первые выполняют строительную функцию текста, а вторые

служат для обеспечения процесса динамики. Данные группы не являются многочисленными, но, в отличие от жаргонизмов и окказионализмов, имеют регулярно воспроизводимый в репортажах автогоночной серии объём (в рассматриваемом тексте – 10 % и 11 % соответственно).

Каждое понятие может быть выражено посредством различных языковых единиц и конструкций. По ходу ведения репортажа комментатором «выхватываются» наиболее подходящие на момент произнесения лексемы. Именно поэтому язык спортивного журналиста, как и любого другого человека, в предречевой стадии находится в состоянии динамики.

Литература

Снятков К. В. О характере пресуппозиции в телевизионном спортивном дискурсе // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2008. № 32 (70). С. 317–321.

Кубасов А. В.
Екатеринбург, Россия

САМОИРОНИЯ И ЕЕ ЖАНРООБРАЗУЮЩАЯ ФУНКЦИЯ В МОНОСТИХАХ

Ирония в современной действительности играет всё большую роль: реклама и заголовки в СМИ, речевая практика ведущих телевизионных каналов и радиостанций, молодежный сленг, эстрадные представления и т. д. Все многочисленные примеры иронии и иронизирования отражают, с одной стороны, возросший уровень свободы личности, а с другой – кризис безусловных авторитетов, набирающий силу ценностный релятивизм и этический солипсизм.

В литературе ирония проявилась в полной мере в эпоху романтизма в XIX в. Она отражала ключевую для этого литературного направления идею двоемирия, предпочтения возможной, желанной действительности реально существующей. В современной литературе ирония является одним из важнейших структурообразующих элементов с другим набором функций.